

**PENGARUH *PERCEIVED WEBSITE USABILITY, PERCEIVED
EXPERTISE IN ORDER FULFILLMENT, PERCEIVED
REPUTATION, ONLINE RELATIONSHIP QUALITY,
DAN DISTRUST IN VENDOR BEHAVIOUR*
TERHADAP *ONLINE REPURCHASE
INTENTION* DI TOKO
*ONLINE ZALORA***



OLEH :

Roky Soebrata

3103014121

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *PERCEIVED WEBSITE USABILITY, PERCEIVED
EXPERTISE IN ORDER FULFILLMENT, PERCEIVED
REPUTATION, ONLINE RELATIONSHIP QUALITY,
DAN DISTRUST IN VENDOR BEHAVIOUR*
TERHADAP *ONLINE REPURCHASE
INTENTION DI TOKO
ONLINE ZALORA***

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
ROKY SOEBRATA
3103014121

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED WEBSITE USABILITY, PERCEIVED
EXPERTISE IN ORDER FULFILLMENT, PERCEIVED
REPUTATION, ONLINE RELATIONSHIP QUALITY,
DAN DISTRUST IN VENDOR BEHAVIOUR*
TERHADAP *ONLINE REPURCHASE
INTENTION* DI TOKO
*ONLINE ZALORA***

Oleh:
ROKY SOEBRATA
3103014121

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. Julius Koesworo, Ec.MM

Tanggal: 30/5/2018

Pembimbing II,




Elisabeth Supriharyanti, SE.,MM

Tanggal: 31/5/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Roky Soebrata dengan NRP 3103014121
Telah diuji pada tanggal 31 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Fenika Wulani, SE.,M.Si.
NIK. 311.96.0252

Mengetahui:

Dekan



Dr. Ledovicus Lasdi, MM., Ak., CPAI
NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc
NIK.311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roky Soebrata

NRP : 3103014121

Judul Skripsi : Pengaruh *perceived website usability, perceived expertise in order fulfillment, perceived reputation, online relationship quality dan distrust in vendor behaviour Terhadap online repurchase intention* di toko online ZALORA.

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Mei 2018

Yang menyatakan,



Roky Soebrata

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “*pengaruh perceived website usability, perceived expertise in order fulfillment, perceived reputation, online relationship quality dan distrust in vendor behaviour Terhadap online repurchase intention di toko online ZALORA.*”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Drs. Julius Koesworo, Ec.MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan baik hati, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu mengarahkan, mengkoreksi penulisan, dan memberikan masukan sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan.
3. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

5. Ibu Lena Ellitan, Ph.D selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan dan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan (Stephen, Yosua, Melvin, Andrian, Harjo, Marcell, Erwin, Allen, Danny, dan Ryan), terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 31 Mei 2018



Roky Soebrata

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. <i>Service Quality</i>	12
2.2.2. <i>Online Relationship Quality</i>	14
2.2.3. <i>Perceived Website Usability</i>	15
2.2.4. <i>Perceived Expertise in Order Fulfillment</i>	16
2.2.5. <i>Perceived Reputation</i>	17

2.2.6. <i>Distrust in Vendor Behavior</i>	18
2.2.7. <i>Online Repurchase Intention</i>	18
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	19
a. Pengaruh antara <i>Perceived website usability</i> dengan <i>Online repurchase intention</i>	19
b. Pengaruh antara <i>Perceived website usability</i> dengan <i>Online relationship quality</i>	20
c. Pengaruh antara <i>Perceived expertise in order fulfillment</i> dengan <i>Online relationship quality</i>	22
d. Pengaruh antara <i>Perceived reputation</i> dengan <i>Online</i> <i>relationship quality</i>	23
e. Pengaruh antara <i>Distrust in vendor behaviour</i> dengan <i>Online relationship quality</i>	23
f. Pengaruh antara <i>Online relationship quality</i> dengan <i>Online</i> <i>repurchase intention</i>	24
2.4. Model Penelitian.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3.1. <i>Perceived website usability</i>	29
3.3.2. <i>Perceived expertise in order fulfillment</i>	30
3.3.3. <i>Perceived reputation</i>	30
3.3.4. <i>Distrust in vendor behaviour</i>	31
3.3.5. <i>Online relationship quality</i>	31
3.3.6. <i>Online repurchase Intention</i>	32
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	32

3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5.1. Populasi.....	33
3.5.2. Sampel.....	33
3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6. Metode pengumpulan data.....	35
3.7. Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1. Uji Normalitas Data.....	36
3.7.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	37
3.7.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	39
3.7.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	40
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Sampel Penelitian.....	41
4.2 Karakteristik Responden.....	41
4.2.1 Domisili.....	41
4.2.2 Usia.....	42
4.2.3 Jenis Kelamin.....	42
4.2.4 Pendidikan Terakhir.....	43
4.2.5 Pendapatan.....	43
4.2.6 Pekerjaan.....	44
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Website usability</i>	45
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived expertise in order fulfillment</i>	45
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived reputation</i>	46
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Distrust in vendor behaviour</i>	46

4.3.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Online relationship quality</i>	47
4.3.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Online repurchase Intention</i>	48
4.4	Analisis Data.....	48
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	49
4.4.2	Uji Validitas.....	51
4.4.3	Uji Reliabilitas.....	53
4.4.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	57
4.5	Persamaan Struktural.....	58
4.6	Pengujian Hipotesis.....	58
4.7	Pembahasan.....	59
4.7.1	Pengaruh <i>Perceived website usability</i> terhadap <i>Online relationship quality</i>	59
4.7.2	Pengaruh <i>Perceived website usability</i> terhadap <i>Online repurchase intention</i>	60
4.7.3	Pengaruh <i>Perceived expertise in order fulfillment</i> terhadap <i>Online relationship quality</i>	61
4.7.4	Pengaruh <i>Perceived reputation</i> terhadap <i>Online relationship quality</i>	63
4.7.5	Pengaruh <i>Distrust in vendor behaviour</i> terhadap <i>Online relationship quality</i>	64
4.7.6	Pengaruh <i>Online relationship quality</i> terhadap <i>Online repurchase intention</i>	64
BAB 5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran.....	68
5.2.1	Saran Praktis.....	68

5.2.2	Saran Akademis.....	69
-------	---------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data pengunjung <i>website</i>	4
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 4.1 Pembagian Kuesioner.....	41
Tabel 4.2 Domisili.....	42
Tabel 4.3 Usia.....	42
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.5 Pendidikan.....	43
Tabel 4.6 Pendapatan.....	43
Tabel 4.7 Pekerjaan.....	44
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived website usability</i>	45
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived expertise in order fulfillment</i>	45
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived reputation</i>	46
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Distrust in vendor behaviour</i>	47
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online relationship quality</i>	47
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online repurchase Intention</i>	48
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	50
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Construct reliability</i> PWU.....	53

Tabel 4.18	Hasil Uji <i>Construct reliability</i> PEOF.....	54
Tabel 4.19	Hasil Uji <i>Construct reliability</i> PR.....	54
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>Construct reliability</i> DVB.....	55
Tabel 4.21	Hasil Uji <i>Construct reliability</i> ORQ.....	56
Tabel 4.22	Hasil Uji <i>Construct reliability</i> ORI.....	56
Tabel 4.23	Hasil Uji Kecocokan keseluruhan model	57
Tabel 4.24	Persamaan struktural.....	58
Tabel 4.25	Hasil Uji Kecocokan Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Path Diagram (T-Value).....	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Output *Lisrel*
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Gambar *Path Diagram*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *online relationship quality* dan *perceived website usability* terhadap *online repurchase intention*. *Online relationship quality* sendiri dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu *perceived website usability*, *perceived expertise in order fulfillment*, *perceived reputation*, dan *distrust in vendor behavior*. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden dengan teknik pengambilan sampel: *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.70. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *perceived website usability*, *perceived expertise in order fulfillment*, dan *perceived reputation* terhadap *online relationship quality*. Kemudian *perceived website usability* dan *online relationship quality* juga memiliki pengaruh yang positif terhadap *online repurchase intention*. Selanjutnya *distrust in vendor behaviour* memiliki pengaruh negatif terhadap *online relationship quality*

Kata Kunci: *perceived website usability*, *perceived expertise in order fulfillment*, *perceived reputation*, *distrust in vendor behaviour*, *online relationship quality* dan *online repurchase Intention*.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of online relationship quality and perceived website usability against online repurchase intention. Online relationship quality itself is influenced by several variables that is perceived website usability, perceived expertise in order fulfillment, perceived reputation, and distrust in vendor behavior. The sample used was 150 respondents by using sampling technique: purposive sampling and used SEM analysis technique with the help of LISREL 8.70 program. The results showed that there is positive influence between perceived website usability, perceived expertise in order fulfillment, and perceived reputation against online relationship quality. Then perceived website usability and online relationship quality also have a positive influence on online repurchase intention. Next distrust in vendor behaviour have negative influence on online relationship quality

Keywords: perceived website usability, perceived expertise in order fulfillment, perceived reputation, distrust in vendor behaviour, online relationship quality and online repurchase Intention.